



## Mots. Les langages du politique

97 | 2011

Les collectivités territoriales en quête d'identité

---

### Plus d'identité pour mieux gouverner. Sur la patrimonialisation de la grotte Chauvet

*Enhancing identity to govern more effectively. On the heritage designation of the Chauvet Cave*

*Más identidad para mejor gobernar. Sobre la patrimonialización de la gruta Chauvet*

Maïa Drouard

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/mots/20524>

DOI : 10.4000/mots.20524

ISBN : 15/11/2013

ISSN : 1960-6001

#### Éditeur

ENS Éditions

#### Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2011

Pagination : 91-97

ISBN : 978-2-84788-326-8

ISSN : 0243-6450

#### Référence électronique

Maïa Drouard, « Plus d'identité pour mieux gouverner. Sur la patrimonialisation de la grotte Chauvet », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 97 | 2011, mis en ligne le 15 novembre 2013, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/mots/20524> ; DOI : 10.4000/mots.20524

---

**Maïa Drouard**

## **Plus d'identité pour mieux gouverner. Sur la patrimonialisation de la grotte Chauvet**

Bien qu'étant accompagné de plusieurs projets de politiques territoriales et régionales (réaménagements routiers, modification du schéma touristique, etc.), le projet touristique de la grotte Chauvet, comprenant la construction d'un fac-similé, n'a pas suscité de résistances de la part de la population locale ni de conflits d'intérêts entre élus locaux. Les tensions n'ont été que superficielles. En effet, les élus locaux ont réussi à mettre en place un dispositif favorisant à la fois le consensus autour du projet de la grotte Chauvet et la mobilisation de la population locale. Le processus de patrimonialisation a effectivement été facilité par l'utilisation d'un style politique visant davantage à faire consensus en produisant une identité territoriale commune plutôt qu'en explicitant des objectifs économiques et politiques qui font rarement l'unanimité. L'étude de cette patrimonialisation est l'occasion d'étudier un « style politique » (Lamy, 1996) qui parvient, sous la transmission d'une identité commune, à faire disparaître les intérêts politiques spécifiques. La transmission d'un sens commun du patrimoine est alors gage d'efficacité pour ce style politique.

### **Genèse d'un projet culturel au potentiel touristique**

D'emblée, lors de sa découverte dans les gorges de l'Ardèche en 1994, on ne parle pas de la grotte Chauvet pour son potentiel touristique mais pour ses qualités scientifiques et artistiques exceptionnelles. Elle est recensée comme la grotte ornée la plus ancienne au monde<sup>1</sup> – deux fois plus vieille que Lascaux –

1. La grotte Chauvet a été datée, par les experts du ministère de la Culture et de la Communication, de 32 000 ans BP (« *Before Present* », littéralement « avant le présent ». Ce système de datation,

et les représentations qui y figurent vont à l'encontre des théories qui pensaient l'art comme se développant linéairement dans le temps. Rapidement, les différents organes d'État décentralisés ou délocalisés cherchent à s'emparer des « premières images de l'Humanité » en qualifiant alors la grotte Chauvet de *patrimoine*. Son caractère exceptionnel justifie pour les élus la patrimonialisation du site, avancée comme relevant d'un intérêt universel puisque présentant les premières représentations de l'Humanité. Il n'est alors pas encore question d'intérêts économiques et touristiques.

Cette perception du site engendre deux projets. Tout d'abord la construction du dossier qui vise à faire classer, avec le concours de l'État, la grotte Chauvet comme Patrimoine mondial de l'Humanité (PMH), label de l'Unesco<sup>2</sup>. Ce projet, présenté comme une évidence et une nécessité, s'appuie sur la création d'un Espace de restitution de la grotte Chauvet (ERGC). Bien qu'annoncé dès 1995, il sera inauguré courant 2014. Ce délai se justifie par la prise en compte de la protection de la biodiversité dans le choix du terrain, puis par le temps requis pour son achat et le choix du projet architectural et muséographique concernant l'ERGC. La décision de créer un « site à vocation touristique » est justifiée par la fermeture au public du site classé aux Monuments historiques par mesure de conservation ; elle a également pour but d'aider au classement de la grotte au PMH :

Pourquoi faire un volet Unesco si dans le même temps la grotte est invisible ? Donc on va rendre visible l'invisible. Ça contribue à la validation du projet Unesco, et le projet ne peut pas se faire s'il n'y a pas mobilisation du territoire. (Extrait d'entretien, élu régional PCF, mars 2010)

Pour mener à bien ce projet permettant de faire d'un objet patrimonial un équipement touristique, la région Rhône-Alpes et le département de l'Ardèche créent le Syndicat mixte de l'Espace de restitution de la grotte Chauvet (SMERG). Celui-ci n'est pas seulement une structure décisionnelle relative à l'ERGC puisqu'elle emploie aussi du personnel technicien<sup>3</sup>. L'ERGC, dont la construction a commencé début 2011, sera composé d'un fac-similé de la grotte originale, accompagné de différents espaces d'interprétation ainsi que des structures nécessaires à l'accueil du public.

Pourtant, la réalisation de cette structure n'est pas pensée de manière isolée, l'objectif étant d'irriguer l'ensemble du bassin touristique local. En valorisant l'ERGC, le SMERG estime la fréquentation potentielle à 350 000 visiteurs

---

utilisé en archéologie notamment, prend pour référent l'année 1950 du calendrier grégorien, date des premiers essais de datation au carbone 14.

2. Cette décision est prise dès 1995 par les élus des conseils général et régional avec le concours de l'État, lequel se trouve dans l'obligation de faire l'intermédiaire entre les collectivités et l'Unesco dans les procédures de classement.
3. Comprenant notamment un directeur (ingénieur et gestionnaire de formation), un chargé des projets culturels et un chargé de communication.

par an, sur un site ouvert 9 mois sur 12. Pour le pouvoir décisionnel et les techniciens du SMERG, ce « projet culturel » de l'ERGC permettrait d'ouvrir le tourisme à un avant et à un après-saison (9 mois au lieu de 4) et de sortir du schéma touristique saisonnier, conditionné par le tourisme de nature, en particulier autour de l'eau. L'ERGC sera construit au cœur des gorges de l'Ardèche, une zone du département pourtant saturée sur le plan des possibilités d'accueil touristique. Puisqu'il s'agit d'une reproduction, l'ERGC aurait pu être construit ailleurs que dans cette zone ; pourtant le choix se porte finalement sur les alentours de Vallon Pont d'Arc afin d'insérer le projet dans « l'écrin naturel » de la grotte originale. Ce procédé permet de donner plus d'« authenticité » au fac-similé, qualité perçue comme très importante quant à la satisfaction des visiteurs (Vander Gucht, 2006). De plus, la zone des gorges englobe déjà un grand nombre de grottes ornées ainsi qu'un musée régional de préhistoire antérieurs à la découverte de Chauvet, ce qui permettrait d'offrir aux touristes un véritable « circuit de la préhistoire ».

L'espace de restitution de la grotte, plutôt que d'entrer en concurrence avec les autres sites touristiques, sera présenté comme le site immanquable lors d'un séjour en Ardèche et viendra renforcer le tourisme sur le territoire. Dans ce but, le Département lui accorde une place prépondérante, tant au sein de ses projets que dans l'imagerie qu'il lui octroie.

### **Légitimer la grotte Chauvet : un discours universaliste pour un développement local**

Chauvet est immédiatement perçue par le conseil général<sup>4</sup> comme un moyen de sortir du seul tourisme de nature. L'intérêt scientifique et culturel de la grotte, qui apparaît comme un site unique au monde, est l'occasion pour le département de transformer l'image du territoire ardéchois. L'image mise en avant à partir de 1998, notamment dans les visuels des plaquettes du Comité départemental du tourisme de l'Ardèche, ne représente plus des rivières et des paysages naturels mais le « patrimoine architectural » ardéchois ainsi que des reproductions des parois de la grotte Chauvet (Duval, 2007).

Malgré la place centrale accordée à la grotte, l'enjeu ne se limite pas à la fréquentation du site à vocation culturelle. En effet, les intérêts économiques qui découleront d'un développement de l'ensemble de la région sont indissociables de sa valorisation identitaire qui consiste à présenter l'Ardèche comme berceau de l'Humanité à travers la grotte Chauvet :

4. Signalons toutefois que si la majorité tant du département que de la région est détenue par le Parti socialiste, bien que ce ne soit pas développé dans cet écrit, l'ensemble des conseillers est favorable à la réalisation de l'ERGC.

Il faut aider le territoire à se développer à la fois économiquement, culturellement, structurellement. On a un chargé de mission qui travaille sur ça, en relation avec LES [il insiste] territoires [...] Qu'un site puisse avoir une relation spatiale avec l'espace de restitution sur l'idée que l'Ardèche a eu dans sa période de développement un certain nombre de passages de populations : ceux qui ont vécu dans la grotte, mais aussi la période gallo-romaine, etc. (Extrait d'entretien, vice-président du SMERG, mars 2010)

Le choix de l'ERGC est avant tout celui d'un renouveau de l'image du territoire en vue d'une restructuration du tourisme local en lien avec le patrimoine culturel, notamment l'Histoire et la pierre (paysage en terrasses, vieux villages, etc.). Le label « Village de caractère » par exemple est créé dès 1996 par le conseil général. Celui-ci cherche à mettre en lien les différents sites culturels du territoire départemental, action valorisée à travers le slogan « un grand voyage dans le temps », qui construit une nouvelle image touristique. Cette mise en histoire expertisée se traduit par la mise en avant d'une certaine authenticité du territoire et de sa population, valorisable sur le marché du tourisme culturel. Autrement dit, si l'on peut faire du canoë et de la marche à pied ailleurs qu'en Ardèche, on ne peut trouver le même patrimoine culturel sur un autre territoire, qu'il s'agisse de vieux « villages de caractère » ou de la grotte la plus ancienne au monde. Une partie de la communication du SMERG est donc consacrée à un public extérieur au département ou à la région (exposition itinérante dans les gares SNCF, projection de films au pavillon de la région lors de l'Exposition universelle de Shanghai en 2010) afin de rendre attractif le territoire pour le touriste potentiel. Au-delà de la communication extérieure, les avancées concernant l'expertise scientifique et la réalisation de l'ERGC sont relayées dans la presse locale et les journaux des collectivités depuis 1994. De plus, les Ardéchois sont directement ciblés par des campagnes de communication :

Dans le dossier de candidature Unesco, il y a deux parties : l'objet en lui-même, incontestable puisque c'est quand même la grotte ornée la plus vieille au monde. À partir de là, on a déjà 50 % du dossier. Et puis il y a, autour de cet objet, la manière dont le territoire se mobilise. À la fois pour protéger son environnement, faire en sorte qu'il y ait un développement économique, qu'il y ait une participation des citoyens à l'évolution du dossier, etc. C'est 50 % du dossier. [...] Quand je dis développement local, c'est un développement économique mais avec tout l'aspect... *comment la population s'empare de ça* pour en faire un élément de dynamique culturelle, organisation spatiale du territoire, protection [...]. (Extrait d'entretien, élu régional PCF, mars 2010)

Pour faciliter l'agrément de l'Unesco, il est donc dans l'intérêt des élus que la population locale ne soit pas indifférente à ce projet. L'investissement de la population est perçu par les décideurs comme une nécessité dans cette démarche de labellisation, laquelle assurerait une légitimité et une notoriété à la grotte Chauvet, et entraînerait un flux touristique massif. Le label Unesco,

au-delà de la valeur symbolique qu'il conférerait à Chauvet, permettrait également d'acquérir une reconnaissance institutionnelle qui la placerait sur un pied d'égalité avec d'autres patrimoines archéologiques et notamment face à Lascaux, qui, bien que moins ancienne, reste à ce jour la grotte représentative de la préhistoire en France et demeure bien plus connue du grand public. L'obtention d'un label est donc une manière de créer une distinction de la grotte par rapport aux autres patrimoines archéologiques, une reconnaissance institutionnelle internationale qui légitime universellement la place de Chauvet à la tête de toutes les autres grottes ornées. Ce processus apparaît donc comme une véritable lutte de classement des patrimoines qui octroierait à l'Ardèche le statut de « berceau de l'Humanité ».

Il s'agit par conséquent de faire adhérer la population locale à une identité commune, en lien avec les spécificités du patrimoine culturel ardéchois. Cette identité est également ce qui permet d'élever au-delà des intérêts particuliers (individuels, partisans, etc.) les projets liés à Chauvet en les rendant apolitiques, condition favorable au consensus et à la mobilisation locale.

### **La transmission pédagogique comme dynamique de création d'une identité collective**

Dans cette logique de transmission du patrimoine comme bien commun, il s'agit alors de communiquer à destination de la population locale. Le moyen employé pour lui permettre de s'emparer de la grotte Chauvet est la mise à disposition des connaissances à son sujet et leur diffusion. Les élus, incarnant la représentation du territoire et de sa population, se montrent plus que jamais dévoués à cette cause « universelle ». Ils mobilisent alors différents spécialistes de la production de pouvoir symbolique : des journalistes (en particulier la presse quotidienne régionale) et des artistes (auteurs, plasticiens, conteurs, comédiens), ce qui explique le déploiement de financement en lien avec la création culturelle :

Pour réussir, outre la présentation de la grotte elle-même, la préparation doit intégrer une appropriation de ce patrimoine par les habitants [...], la réalisation d'événements de création artistique, culturelle et scientifique sur le thème de la grotte Chauvet sous forme d'appel à proposition ou à projet, ou encore commande publique. (Extrait du document de travail, Grand projet grotte Chauvet-Pont D'arc, 2009)

Un dispositif révélateur mis en place dans ce cadre est celui des « veillées grotte Chauvet », qui propose plusieurs dizaines de soirées gratuites à travers le département durant l'été 2010. Ces soirées sont construites sur un même modèle et commencent par une présentation, par le chef du projet culturel de l'ERGC et l'un des élus du SMERG, du projet de fac-similé et de classement au PMH :

Cette grotte mérite d'être classée Patrimoine mondial de l'Humanité, donc il nous faut un vrai soutien populaire! (Extrait du journal de terrain, phrase type des élus, veillées d'août 2010)

Ensuite, des conteurs ayant répondu à l'appel à projet du SMERG narrent pendant une heure trente l'arrivée des premiers hommes sur terre et leurs relations à l'environnement, sur fond de projections d'images de la grotte, en invitant à « mieux découvrir à travers les personnages la grotte Chauvet ». Par la suite, un effet de surprise est créé dans l'assemblée avec la projection, pendant quinze minutes, du film *Cave of forgotten dreams* de Werner Herzog, tourné à la demande du ministère de la Culture et de la Communication. Ce film en trois dimensions permet une immersion visuelle dans la grotte, présentée comme un avant-goût de ce que sera le fac-similé. Un temps est réservé aux questions sur la grotte et le fac-similé durant lequel les professionnels traitent des procédés mis en œuvre pour « révéler l'invisible »<sup>5</sup>. Ce processus éveille une véritable curiosité, renforcée semble-t-il par l'exclusivité des images proposées<sup>6</sup>, en quelque sorte réservées aux habitants du département. La soirée se termine par l'incitation à signer la pétition de soutien à la candidature de la grotte au PMH. Diffusés dans leur dimension esthétique, sensible, autrement dit de façon implicite et pratique, les schèmes de perception de la grotte sont transmis de manière plus globale, durant ce type de soirée, qu'ils ne l'auraient été par la diffusion de renseignements explicites.

Ainsi, en valorisant la grotte Chauvet comme un « patrimoine de l'Humanité », les acteurs politiques locaux l'ont investie comme étant de fait un patrimoine universel. La population locale incitée à s'approprier la grotte se trouve mise en position de dépositaire d'une certaine responsabilité quant à son patrimoine, ce qui pourrait se traduire simplement par « ce patrimoine est universel, il se trouve sur notre territoire, nous sommes responsables de sa transmission aux générations futures ». Ce dispositif d'information vise avant tout à convaincre la population du « devoir de transmettre » comme un bien précieux pour l'ensemble de l'Humanité la grotte Chauvet « mérit [ant] de fait une inscription sur la liste du Patrimoine mondial de l'Humanité, au même titre que [...] Lascaux et Altamira, ou encore le château de Versailles, l'acropole d'Athènes, les pyramides d'Égypte » (magazine *Ardèche Attitude*).

Cette unanimité concernant le projet s'explique par la perception, dans le sens commun, du patrimoine comme objet neutre, duquel découle pourtant toute une réorganisation du tourisme. Le patrimoine, parce que commu-

5. Pour plus de réalisme, on diffusera une température qui, contrastant avec celle du dehors, donnera une impression de fraîcheur, les odeurs de la grotte originale seront reproduites, etc. Un grand soin est apporté au projet de l'Espace de restitution. Cependant, l'objectif majeur semble être de montrer que « Lascaux, c'est fini ».
6. Le film ne devant sortir qu'au cours de l'année 2011 et l'ouverture de l'ERGC étant prévue quatre ans plus tard.

nément pensé comme un objet dénué de toute interprétation – et par conséquent apolitique – est éloigné de tout soupçon d'utilisation par les instances décisionnelles (Lebaron, 1997). Les collectivités territoriales ont ainsi l'opportunité d'agir avec un désintéressement apparent, pour le bien de tous et l'accès de chacun à un patrimoine universel. Elles en sortent donc grandies, symboliquement renforcées et, de fait, plus légitimes pour agir. Par conséquent, cette mobilisation s'avère un moyen de renforcer l'identité départementale. En diffusant des connaissances sur la grotte Chauvet par un dispositif pédagogique, les collectivités accroissent leur pouvoir et parviennent à rendre leur territoire plus attractif par rapport aux autres. En effet, si la compétition entre les territoires n'est pas ouvertement reconnue par les élus, elle n'en reste pas moins une réalité sous-jacente, dans une démarche d'offre et de demande sur le marché du tourisme, une logique de *benchmarking* entre les territoires français ayant à charge leur propre gestion.

## Références

- DUVAL Mélanie, 2007, « Dynamiques spatiales et enjeux territoriaux des processus de patrimonialisation et de développement touristique. Étude comparée des gorges de l'Ardèche et du Karst slovène », thèse de doctorat en géographie, Université de Savoie.
- LAMY Yvon, 1996, « Patrimoine : un "style" politique ? », *L'alchimie du patrimoine. Discours et politique*, Y. Lamy éd., Talence, MSH d'Aquitaine, p. 215-225.
- LEBARON Frédéric, 1997, « La dénégration du pouvoir », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 119, p. 3-26.
- VANDER GUCHT Daniel, 2006, *Ecce homo touristicus*, Charleroi, Labor.